

tanut ravintoloiden hintatasoa. Oluen hinnalla käydään kilpailua kuten Suomessakin. Ravintolatoimisto suorittaa myös ravintoloiden taloudellista seurantaa.

Norjassa, kuten Ruotsissa-kin, kauppa- ja teollisuusministeriö ja Oslon kaupunki asettivat toimialueensa rajoissa työryhmät selvittämään ravintoloissa ilmenevää rikollisuutta. Raportin mukaan ravintoloissa on seuraavia epäkohtia: alaikäisille ja päihtyneille anniskelua, taloudellista rikollisuutta, puutteita kirjanpidossa, verojen ja työnantajamaksujen kiertoa, huumausainneiden ja arvotavaran laitonta välitystä, prostituutiota ja laitonta pelitoimintaa. Näistä syistä päätettiin tehostaa valvontajärjestelmän toimintaa ja yhteistyötä eri viranomaisten kanssa. Kustannusten kasvu

peitetään lupa- ja valvontamaksuilla.

Tehostaminen tapahtuu tarkastuksia ja valvojia lisäämällä (tarkastajia oli aiemmin vain 20), tiukentamalla suhtautumista epäkohtiin ja keskittämällä tarkastukset nuorison suosimiin ja epäkohta-alttiin myynti- ja anniskelupaikoihin. Koska poliisin resurssit eivät riitä ravintola-alan rikollisuuden selvittämiseen, katsoivat kunta ja valtio tarpeelliseksi ryhtyä toimenpiteisiin, jotka ovat niiden käytössä. Suomen keskitetty ja hyvin toiminut järjestelmä on pitänyt pitkälti elinkeinon ulkopuolella tällaisen laittoman toiminnan.

Ongelmien syinä Oslossa nähtiin liikakapasiteetin aiheuttama koventunut kilpailu.

Tarkoituksemme oli myös saada kuva Oslon ravintolaelä-

mästä. Perjantai-iltana monien yökerhojen ovilla oli jonoa. Aamuyöstä saavuimme aivan keskusta-alueella olevaan isoon kaksikerroksiseen tanssiravintolaan. Monet asiakkaista olivat vahvasti päihtyneitä, joukossa runsaasti venäjää puhuvia sutenöörejä ja ilotyttöjä. Ravintolassa tapahtui käyntimme aikana useampi asiakkaiden välinen tappelu ja nahistelu henkilökunnan puutumatta asiaan.

Matkalla hotellille huomaisimme erään aivan keskustassa olevan, klo 01 sulkeneen, ravintolan ovella pitkän jonon klo 04. Kysyimme, miksi he jonottavat, kun anniskelukin on jo loppunut. Vastaus oli: ”Mörk är himmelen”.

JUHANI HAKALA
LENNART WAHLFORS

NORJALAISET ALKOHOLITUTKIJAT INFORMOIVAT

Lokakuun lopussa 1994 järjesti Statens institutt for alkohol- og drogforskning (SIFA) yhdessä Rusmiddeldirektoratin kanssa kolmannen kerran seminaarin, jonka kohderyhmänä olivat alkoholipoliittikkaa koskevan tiedon käyttäjät. Joka toinen vuosi toistuvien seminaarien järjestämistä on perusteltu sillä, että alkoholipoliittisen tiedon käyttäjillä on oikeus tietää, mitä alkoholitutkimuksessa tapahtuu, minkälaisia tuloksia tutkimus on tuottanut ja miten näitä tietoja voidaan käyttää hyväksi alkoholipoliittikkaa harjoitettaessa.

Tämänkertaiseen seminaariin otti osaa noin 50 henkeä. Seminaarin aihepiiriin kuuluvat tulevat alkoholipoliittiset muutokset ja niiden vaikutukset, kampanja laitonta alkoholia vastaan ja sen arviointi, alkoholijuomien rajakauppa, Vinmonopoletin myymälän perustamisen vaikutukset alkoholin kulutukseen, alkoholipoliittiset mielipiteet sekä alkoholitiedon dokumentointi. Seuraavassa tarkastelen kahta seminaarin aihepiiriä, joilla on erityistä mielenkiintoa suomalaisesta näkökulmasta, eli norjalaisten alkoholipoliittisia

mielipiteitä ja laittoman alkoholin markkinoita.

SIFA:n nykyisen johtajan Sturla Nordlundin katsauksessa Norjan alkoholiloihin samoin kuin SIFA:n tutkijan Jo Saglien esityksessä tarkasteltiin muun ohella norjalaisten alkoholipoliittisia näkemyksiä ja niiden muutoksia. Samoin kuin Suomessa myös Norjassa keskustellaan varsin paljon siitä, pitäisikö viinien myyntiä harjoittaa vain alkoholimonopolin myymälöissä vai pitäisikö niitä olla myynnissä myös päivittäistavaraliikkeissä. Taulukossa 1 on ilmoitettu viinien

Taulukko 1. Viinien ja väkevien alkoholijuomien myyntipaikkakäytön vastausten prosenttijakautumat vuosina 1990, 1991 ja 1993

	1990 %	1991 %	1993 %
Viinejä ja väkeviä alkoholijuomia tulisi myydä elintarvikeliikkeissä	16	19	21
Viiniä (muttei väkeviä alkoholijuomia) tulisi myydä elintarvikeliikkeissä	27	26	23
Nykyinen järjestelmä (Vinmonopoletin monopoli) on paras vaihtoehto	51	51	52
Viinejä ja/tai väkeviä alkoholijuomia ei tulisi lainkaan myydä Norjassa	6	5	4

ja väkevien alkoholijuomien myyntipaikkoja koskeviin kysymyksiin annettujen vastausten prosenttijakautumat vuosina 1990, 1991 ja 1993.

Taulukko kertoo sekä yhteäläisyyksistä että eroista. Yhteistä Suomelle ja Norjalle on, että 1990-luvulla viinien sopivia myyntipaikkoja koskevat asenteet eivät enää ole muuttuneet puoleen eivätkä toiseen. Yhteistä on myös se, että molemmissa maissa alkoholipoliittisia rajoituksia koskevat asenteet muuttuivat vapaamielisemmiksi 1980-luvulla. Merkittävä ero Suomen ja Norjan välillä on kuitenkin siinä, että Norjassa väestön vähemmistö – 44 prosenttia vastanneista – kannattaa viinien myynnin aloittamista elintarvikeliikkeissä. Sen sijaan Suomessa väestön enemmistö on gallup-tutkimusten mukaan valmis sallimaan viinien myynnin elintarvikeliikkeissä; sekä tuoreimman Alkoholipoliittisen tutkimuslaitoksen tutkimuksen että tuoreimman Panimoteollisuusliiton Suomen Gallupilta tilaaman tutkimuksen mukaan noin 60 prosenttia

suomalaista haluaisi ostaa mietoja viinejä elintarvikeliikkeistä. Mainittakoon lisäksi, että Panimoteollisuusliiton tilaamassa tutkimuksessa 24 prosenttia suomalaisista oli sitä mieltä, että elintarvikeliikkeiden tulisi myydä myös väkeviä alkoholijuomia.

Toinen mielenkiintoinen alkoholiasenteisiin liittyvä kysymys on norjalaisten suhtautuminen vahvan oluen myyntiä koskeviin rajoituksiin. Kuten muistetaan, Norjassa vuonna 1990 voimaan tullut alkoholilaki lopetti vahvan oluen itsepalvelumyynnin ja siirsi myynnin tiskin takaa tapahtuvaksi. Kun tämän säännöksen suotuvuutta tiedusteltiin norjalaisilta vuonna 1991, piti 37 prosenttia vastaajista käytäntöä liian tiukkana, 52 prosenttia sopivana ja 11 prosenttia liian lievanä. Toisin sanoen muutos sai enemmistön hyväksynnän.

Vuonna 1993 vahvan oluen myyntiä tiukennettiin edelleen siirtämällä se elintarvikeliikkeistä Vinmonopolettiin. Samana vuonna tehdyssä tutkimuksessa vahvan oluen myynti vain Vinmonopoletin myymälöissä

oli 57 prosentin mielestä liian tiukka käytäntö, 37 prosenttia piti käytäntöä sopivana ja 6 prosenttia olisi halunnut vieläkin tiukempia säännöksiä. Toisin sanoen norjalaiset eivät ainakaan heti muutoksen jälkeen näyttäneet hyväksyneen vahvan oluen myynnin siirtymistä Vinmonopoletin yksinoikeudeksi. Selvää vertailukohdetta Suomeen ei ole, mutta mainittakoon kuitenkin, että syksyllä 1994 tehdyssä Panimoteollisuusliiton tilaamassa tutkimuksessa 52 prosenttia suomalaisista halusi vahvan oluen myynnin aloittamista elintarvikeliikkeissä.

Jotta norjalaisten alkoholiasenteista ei saataisi epärealistisen kontrollimyynteistä kuvaa, todettakoon myös, että peräti 78 prosenttia kantansa ilmaisesta norjalaisista oli viimeksi tehdyssä mielipidetutkimuksessa sitä mieltä, että alkoholijuomien hinnat ovat Norjassa liian korkeat. Vain 18 prosenttia piti niitä sopivina ja 4 prosenttia liian alhaisina.

Toinen Suomen kannalta mielenkiintoinen asiakokonaisuus koski laitonta alkoholia. Osastopäällikkö Halvard Tømte (Oslo poliisilaitos) esitti tilannekatsauksen salakuljetukseen ja kotipolttoon liittyvästä rikollisuudesta, projektipäällikkö Tom Kvisle (Rusmiddel-direktorat) esitteli laitonta viinaa vastustavan kampanjan ja tutkija Henrik Aas (SIFA) esitelmöi siitä, miten tutkimuksellisesti arvoidaan laitonta viinaa vastustavan kampanjan tuloksellisuutta.

Laitonta viinaa vastustava kolmivuotinen kampanja käynnistettiin lokakuussa 1993. Sen tavoitteena on vähentää alkoholin salakuljetusta ja kotipolttoa, vähentää näi-

den juomien kysyntää sekä vahvistaa väestön negatiivisia asenteita salakuljetusta ja kotipolttoa kohtaan. Edelleen kampanjalla pyritään lisäämään tietoa salakuljetuksesta ja kotipoltosta sekä lisäämään väestön hyväksyntää salakuljetuksen ja kotipoltton vastaiselle toiminnalle. Aivan yleisesti kampanjan avulla pyritään myös saamaan harjoitetulle alkoholipolitiikalle ja muulle päihdepolitiikalle lisää ymmärtäjiä ja hyväksyjä.

Kampanja samoin kuin sen arviointi ovat vasta alkuvaiheissaan, joten esittelyn kohteena olivat ennen kampanjan aloittamista kerätyt tiedot.

Ensimmäinen tärkeä seikka peruskartoituksen tuloksissa on, että syksyllä 1993 suoritetussa tutkimuksessa väestön ilmoittaman pontikan kulutuksen osuus koko väestön ilmoittamasta alkoholin kulutuksesta oli 18 prosenttia ja salakuljetuksen osuus 10 prosenttia. Pontikkaa ilmoitti viime vuoden aikana juoneensa 36 prosenttia väestöstä ja 32 prosenttia ilmoitti juoneensa salakuljetettua alkoholia. Pontikkaa ostaneita oli 11 prosenttia ja salakuljetusalkoholia ostaneita 8 prosenttia aikuisväestöstä. Pontikkaa ilmoitti itse valmistaneensa 3 prosenttia väestöstä ja 14 prosenttia ilmoitti salakuljettaneensa alkoholia.

Salakuljettajien osuus, 14 prosenttia väestöstä, on hie-man pulmallinen luku siinä mielessä, että Norjassa viranomaiset antavat ymmärtää sa-

lakuljetuksen – ja osittain myös kotipoltton – olevan perusteiltaan organisoitunutta rikollisuutta, jossa liikutellaan lähinnä spriikanistereita. Ainan tässä tapauksessa väestö mieltää myös sallittujen tax-free-rajojen ylitykset salakuljetukseksi, joten juotuihin määriin sisältyy muutakin kuin salakuljetusspriitä.

Joka tapauksessa näyttää hyvin selvältä, että kotipoltto samoin kuin salakuljetus ovat edelleenkin Norjassa selvästi laajempia ilmiöitä kuin Suomessa. Kotipoltto on ollut sitä perinteisesti. Sen sijaan salakuljetus on noussut nykyisiin mittasuhteisiin vasta aivan viime vuosina. Osastopäällikkö Tømtan esittämien tietojen mukaan alkoholin salakuljetus olisi ollut 1980-luvun viimeisinä vuosina noin puoli miljoonaa alkoholilitraa, kun se sekä vuonna 1992 että vuonna 1993 olisi ollut noin 2 miljoonaa litraa.

Kun kampanjassa pyritään vähentämään laittoman alkoholin kysyntää, on mielekästä tiedustella, kuinka moni olisi valmis ostamaan pontikkaa tai salakuljetusviinaa, jos sitä tarjottaisiin ostettavaksi selvästi alempaan hintaan kuin Vinmonopolet sitä myy. Syksyllä 1993 pontikkaa ilmoitti ostavansa joka kolmas ja alkuperäispulotteista salakuljetusviinaa joka toinen. Kun kysyttiin, kuinka moni pystyisi parin päivän sisällä hankkimaan pari litraa pontikkaa tai salakuljetusviinaa, ilmoitti 39 prosent-

tia norjalaisista pystyvän melko varmasti hankkimaan pontikkaa ja 17 prosenttia salakuljetusviinaa.

Norjalaisten asenteista salakuljetukseen ja pontikan keittoon rikoksina kertoo se, että 24 prosenttia norjalaisista piti syksyllä 1993 pontikan keittoa omaan tarpeeseen vakavana rikoksena ja että peräti 77 prosenttia piti pontikan keittoa myyntiin vakavana rikoksena. Samankaltainen on suhtautuminen salakuljetukseen. Sallitun tax-free-annoksen ylittäminen oli vakava rikos vain 19 prosentin mielestä, kun taas 83 prosenttia oli sitä mieltä, että myyntiin tarkoitettun alkoholin salakuljetus on vakava rikos.

Jäämme kiinnostuneina odottamaan, minkälaisia vaikutuksia 21 miljoonaa Norjan kruunua maksava kolmivuotinen kampanja saa aikaan. Jäämme myös kiinnostuneina odottamaan, tuleeko myös Suomessa esiintymään kasvavassa määrin alkoholin, erityisesti spriin salakuljetusta ja tuleeko se Suomessa kytkeytymään järjestäytyneeseen rikollisuuteen. Näinhän on ounasteltu, ja salakuljetuksen lisääntymiseen viittaavia tietoja on lehdistössä aika ajoin esitetty. Toistaiseksi tärkeä ero on ollut siinä, että Suomessa salakuljetusalkoholi tai salakuljetettu sprii on yleensä tullut idästä-päin, kun taas Norjaan salakuljetettu alkoholi tulee etelästä.

ESA ÖSTERBERG